

Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Senja Tari Kolot

Samsul Rizal

Universitas Teknologi Digital samsul10120388@digitechuniversity.ac.id

Muhammad Sugiharto. SE.,M.M

Universitas Teknologi Digital Muhammad.sugiharto@gmail.com

Abstrak

Tujuan Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Senja Tari Kolot. Kualitas pelayanan karyawan diukur melalui dimensi seperti daya tanggap, komunikasi interpersonal, kesopanan, dan kemahiran teknis. Data dikumpulkan melalui survei yang melibatkan 135 responden yang merupakan pelanggan tetap dan karyawan Cafe Senja Tari Kolot. Analisis data menggunakan metode regresi untuk menguji hubungan antara variabel kualitas pelayanan pegawai dengan kepuasan pelanggan.

Temuan Temuan utama penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Senja Tari Kolot. Daya tanggap muncul sebagai faktor paling penting yang mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan.

Implikasi Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi manajemen Cafe Senja Tari Kolot untuk meningkatkan pelatihan dan pengembangan karyawan dalam aspek kualitas layanan yang teridentifikasi. Mengembangkan karyawan dalam daya tanggap, komunikasi interpersonal, dan kesopanan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan, sehingga mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis mereka di masa depan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan Karyawan, Kepuasan Pelanggan

I. Pendahuluan

Lanskap bisnis global yang semakin intensif menuntut inovasi dan kreativitas berkelanjutan dalam kebijakan dan strategi perusahaan. Membangun kepercayaan dan loyalitas di antara konsumen sangat penting untuk memajukan kemajuan perusahaan, yang dapat dicapai melalui strategi penjualan yang efektif. Untuk memaksimalkan keuntungan, perusahaan harus melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan dan memperluas layanan mereka, memastikan mereka mencapai tujuan yang diinginkan.

Perubahan yang terjadi di berbagai aspek kehidupan secara tidak langsung mempengaruhi gaya hidup masyarakat. Demikian pula, pola konsumsi konsumen terus berkembang, terlihat dari meningkatnya rata-rata pengeluaran per kapita untuk pangan. Selain itu, meningkatnya mobilitas penduduk telah menyebabkan meningkatnya tuntutan akan kemudahan konsumsi pangan, khususnya di kalangan perempuan pekerja dan rumah tangga.

Pelayanan yang berkualitas memegang peranan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Hal ini berfungsi sebagai ukuran keberhasilan yang penting dalam memastikan kepuasan pelanggan; ketika pelanggan puas dengan suatu layanan, mereka cenderung menjadi setia dan mengabdikan kepada perusahaan yang menyediakannya. Mencapai kualitas layanan yang baik

bergantung pada pemahaman dan pemenuhan keinginan dan kebutuhan pelanggan, menerjemahkan pemahaman ini ke dalam tindakan nyata.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CAFÉ SENJA TARI KOLOT"

II. Kajian Teori

Menurut Arif Yusuf Hamali (2018, halaman 2), Manajemen Sumber Daya Manusia adalah pendekatan strategis terhadap pengelolaan keterampilan, motivasi, pengembangan, dan organisasi sumber daya manusia.

Menurut Mowen dan Minor seperti yang dikutip oleh Yuniarti (2015, halaman 233), kepuasan konsumen adalah evaluasi menyeluruh yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakan produk tersebut. Evaluasi ini merupakan hasil dari seleksi dan pengalaman konsumen dalam membeli dan menggunakan barang atau jasa tersebut.

Menurut Zeithaml dan Bitner seperti yang dikutip oleh Sangadji (2013, halaman 180), kepuasan konsumen adalah evaluasi konsumen terhadap produk atau layanan apakah telah memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. Konsumen yang merasa puas dengan produk atau layanan yang mereka beli dan gunakan cenderung akan kembali menggunakan produk atau layanan yang sama, yang pada akhirnya membangun loyalitas konsumen.

Untuk menilai kualitas pelayanan publik yang disediakan oleh aparaturnya pemerintah, diperlukan kriteria yang dapat menunjukkan apakah suatu pelayanan publik dianggap baik atau buruk, berkualitas atau tidak. Terkait dengan hal ini, Zeithaml dan koleganya (1990) dalam Hadiansyah (2011) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi yang telah disederhanakan ke dalam suatu metode yang dikenal sebagai SERVQUAL.

Definisi umum tentang kualitas pelayanan atau yang sering disebut SERVQUAL dijelaskan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988: 23) sebagai "penilaian pelanggan terhadap keunggulan atau kelebihan suatu layanan secara keseluruhan". Oleh karena itu, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai sejauh mana perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan terhadap pelayanan yang mereka terima. Harapan pelanggan ini didasarkan pada informasi dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman masa lalu, dan komunikasi eksternal seperti iklan dan berbagai bentuk promosi lainnya. Untuk mengukur kualitas pelayanan, Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988: 23) mengidentifikasi lima dimensi yaitu: Tangibel (Berwujud), Reliability (Keandalan), Responsiveness (Ketanggapan), Assurance (Jaminan), dan Empathy (Empati). Setiap dimensi tersebut memiliki indikator-indikator tersendiri

III. Metode Penelitian

Populasi mengacu pada seluruh kelompok orang atau objek yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2014:115), populasi mencakup seluruh wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek dengan ciri-ciri dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Dengan demikian, populasi dalam penelitian ini adalah semua masyarakat yang pernah menjadi pelanggan Café Senja Tari Kolot.

Menurut Sugiyono (2014:116), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika jumlah populasi sangat besar, maka peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh populasi tersebut. Oleh karena itu, sampel yang diambil harus benar-benar representatif dan mewakili populasi untuk dijadikan objek penelitian.

Rumus Slovin digunakan untuk menghitung jumlah sampel dalam penelitian ini. Menurut Aloysius Rangga Aditya Nalendra dan koleganya (2021:27-28), rumus Slovin dapat digunakan untuk menentukan ukuran sampel minimum ketika perilaku populasi tidak pasti. Tingkat kesalahan

mempengaruhi ukuran sampel yang diperoleh dengan rumus Slovin, dimana semakin kecil sampel yang diambil, semakin tinggi tingkat kesalahan yang digunakan.

Uji validitas

Derajat kepercayaan antara data objek penelitian dengan kekuatan yang dapat dilaporkan oleh peneliti disebut uji validitas. Ini berarti bahwa data dianggap valid jika ada konsistensi antara data yang dianalisis dengan realitas yang terjadi selama penelitian (Sugiyono, 2021:175). Dengan demikian, jika pertanyaan dalam kuesioner dapat mengukur dengan tepat apa yang dimaksud oleh kuesioner tersebut, maka kuesioner tersebut dianggap valid. Tujuan dari uji validitas adalah untuk memastikan seberapa baik dan akurat suatu alat ukur dalam melaksanakan fungsinya. Analisis product moment digunakan untuk menilai validitas alat ukur dengan membandingkan data yang dihasilkan oleh alat ukur dengan data penelitian.

Derajat stabilitas dan konsistensi data atau temuan disebut reliabilitas (Sugiyono, 2021:177). Pengujian reliabilitas dilakukan untuk menilai tingkat konsistensi, akurasi, stabilitas, dan keandalan kuesioner dalam mengukur gejala tertentu dari serangkaian ukuran individu yang memiliki reliabilitas tinggi. Kuesioner berfungsi sebagai indikator suatu variabel. Pengujian ini memastikan bahwa pengukuran yang dihasilkan dapat dipercaya. Jika tanggapan responden terhadap kuesioner konsisten atau stabil sepanjang waktu, maka kuesioner tersebut dianggap dapat diandalkan. Koefisien reliabilitas dihitung menggunakan rumus Cronbach Alpha atau Kuder Richardson, tergantung pada jenis skala pengukuran item yang digunakan.

Menurut Sugiyono (2022:206), pengujian data deskriptif adalah penelitian yang menganalisis data dengan menggambarkan atau menjelaskan data yang diperoleh tanpa tujuan untuk menarik kesimpulan atau generalisasi yang luas. Analisis deskriptif juga digunakan dalam penelitian ini. Untuk menggambarkan dan menjelaskan sejauh mana reaksi atau tanggapan karyawan terhadap variabel Kualitas Pelayanan (X) dan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) di Café Senja Tari Kolot, analisis deskriptif digunakan untuk menguji data yang dikumpulkan melalui kuesioner. Karyawan harus menjelaskan dan memberikan bukti untuk setiap pilihan jawaban karena setiap jawaban akan diberi skor (dari item positif hingga negatif). Skor ini membantu mengidentifikasi alternatif respon yang dipilih. Dibawah ini beberapa uji untuk metode penelitian kuantitatif yaitu:

1. asumsi klasik
2. regresi linier
3. koefisien kolerasi
4. koefisien determasi
5. pengujian hipotesis
6. uji t

IV. Hasil Dan Pembahasan Gambaran Umum Variabel X

No Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Jumlah
	5	4	3	2	1	
1	51	43	4	1	1	442
2	29	69	2	0	0	427
3	38	56	6	0	0	432
4	30	59	11	0	0	419
5	27	61	8	4	0	411
6	37	54	6	3	0	425
7	23	59	14	4	0	401
8	20	69	8	3	0	406
9	21	56	15	7	1	389
10	30	52	12	5	1	405
Jumlah						4157
Rata-Rata						415.7

Tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa seluruh jawaban responden dapat dikatakan memuaskan karena masuk dalam rentang pertama. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan memberikan penilaian terhadap faktor-faktor dalam kualitas pelayanan karyawan. Untuk variabel Kualitas Pelayanan, rata-rata skor jawaban sebesar 415,7. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan karyawan dipengaruhi oleh variabel-variabel dalam kepuasan pelanggan.

No Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Jumlah
	5	4	3	2	1	
1	31	55	10	2	2	411
2	33	59	2	5	1	418
3	23	52	17	5	3	387
4	32	53	10	1	4	408
5	26	57	7	9	1	398
6	19	61	13	5	2	390
7	26	62	10	1	1	411
8	17	63	12	6	2	387
9	23	63	10	3	1	404
10	26	67	5	2	0	417
Jumlah						4031
Rata-Rata						403.1

Tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar jawaban responden terhadap pernyataan tentang kepuasan pelanggan memberikan penilaian terhadap variabel kualitas pelayanan karyawan, dengan nilai rata-rata sebesar 403,1 yang masuk dalam kategori baik. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa umpan balik kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan itu berpengaruh.

Validitas X

		Correlations										
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X
X1	Pearson Correlation	1	.077	.159	.024	.107	-.050	.089	.257**	.077	-.052	.392**
	Sig. (2-tailed)		.447	.114	.816	.287	.618	.380	.010	.447	.608	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.077	1	.119	-.072	.176	.037	.275**	-.020	.072	-.082	.307**
	Sig. (2-tailed)	.447		.239	.479	.081	.716	.006	.842	.477	.419	.002
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	.159	.119	1	-.030	.134	-.025	.205*	.030	.112	.090	.394**
	Sig. (2-tailed)	.114	.239		.764	.185	.808	.041	.771	.267	.373	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X4	Pearson Correlation	.024	-.072	-.030	1	.183	.076	.041	.074	.002	.001	.287**
	Sig. (2-tailed)	.816	.479	.764		.068	.452	.688	.463	.986	.992	.004
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X5	Pearson Correlation	.107	.176	.134	.183	1	.127	.329**	-.037	.087	.311**	.583**
	Sig. (2-tailed)	.287	.081	.185	.068		.208	.001	.712	.389	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X6	Pearson Correlation	-.050	.037	-.025	.076	.127	1	.015	-.011	-.089	.064	.269**
	Sig. (2-tailed)	.618	.716	.808	.452	.208		.884	.911	.380	.528	.007
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X7	Pearson Correlation	.089	.275**	.205*	.041	.329**	.015	1	.173	.083	.130	.549**
	Sig. (2-tailed)	.380	.006	.041	.688	.001	.884		.085	.413	.198	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X8	Pearson Correlation	.257**	-.020	.030	.074	-.037	-.011	.173	1	.069	.051	.363**
	Sig. (2-tailed)	.010	.842	.771	.463	.712	.911	.085		.498	.614	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X9	Pearson Correlation	.077	.072	.112	.002	.087	-.089	.083	.069	1	.373**	.487**
	Sig. (2-tailed)	.447	.477	.267	.986	.389	.380	.413	.498		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X10	Pearson Correlation	-.052	-.082	.090	.001	.311**	.064	.130	.051	.373**	1	.523**
	Sig. (2-tailed)	.608	.419	.373	.992	.002	.528	.198	.614	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X	Pearson Correlation	.392**	.307**	.394**	.287**	.583**	.269**	.549**	.363**	.487**	.523**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.004	.000	.007	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Perbandingan nilai rhitung dengan rtabel menggunakan pearson correlation

1. Jika nilai rhitung > rtabel = Valid
2. Jika nilai rhitung < rtabel = Tidak Valid

Cara mencari rtabel dengan n= 100 pada signifikansi 5% pada distribusi nilai rtabel statistik, maka diperoleh nilai rtabel sebesar 0,195

Dari hasil tabel uji validitas di atas pearson correlation nya melebihi dari 0.195 maka dari itu hasil perhitungan responden di atas dinyatakan valid

Validitas Y

		Correlations										
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.064	-.168	.084	.031	.150	-.004	.095	-.075	.003	.287**
	Sig. (2-tailed)		.530	.095	.408	.759	.137	.971	.346	.461	.979	.004
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.064	1	-.079	.065	-.053	.043	.130	.021	.040	-.023	.279**
	Sig. (2-tailed)	.530		.437	.521	.601	.669	.196	.838	.694	.823	.005
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	-.168	-.079	1	.289**	.181	.113	-.009	.056	-.022	.022	.384**
	Sig. (2-tailed)	.095	.437		.004	.072	.261	.930	.580	.829	.830	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.084	.065	.289**	1	.278**	-.003	-.094	.160	-.095	.196	.495**
	Sig. (2-tailed)	.408	.521	.004		.005	.979	.351	.111	.345	.050	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.031	-.053	.181	.278**	1	.215*	-.095	.173	.125	.195	.526**
	Sig. (2-tailed)	.759	.601	.072	.005		.031	.349	.085	.216	.052	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.150	.043	.113	-.003	.215*	1	.211*	.140	.171	-.026	.496**
	Sig. (2-tailed)	.137	.669	.261	.979	.031		.035	.164	.090	.797	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	-.004	.130	-.009	-.094	-.095	.211*	1	-.027	.267**	.027	.294**
	Sig. (2-tailed)	.971	.196	.930	.351	.349	.035		.788	.007	.788	.003
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	.095	.021	.056	.160	.173	.140	-.027	1	.254*	.364**	.534**
	Sig. (2-tailed)	.346	.838	.580	.111	.085	.164	.788	.011		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y9	Pearson Correlation	-.075	.040	-.022	-.095	.125	.171	.267**	.254*	1	.189	.409**
	Sig. (2-tailed)	.461	.694	.829	.345	.216	.090	.007	.011			.060
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y10	Pearson Correlation	.003	-.023	.022	.196	.195	-.026	.027	.364**	.189	1	.419**
	Sig. (2-tailed)	.979	.823	.830	.050	.052	.797	.788	.000	.060		
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.287**	.279**	.384**	.495**	.526**	.496**	.294**	.534**	.409**	.419**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	.005	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Perbandingan nilai rhitung dengan rtabel menggunakan pearson correlation

1. Jika nilai rhitung > rtabel = Valid
2. Jika nilai rhitung < rtabel = Tidak Valid

Cara mencari rtabel dengan n= 100 pada signifikansi 5% pada distribusi nilai rtabel statistik, maka diperoleh nilai rtabel sebesar 0,195

Dari hasil tabel uji validitas di atas tidak jauh dengan hasil dari validitas x dengan 10 kuisiонер dengan 100 responden, dengan menggunakan pearson correlation nya melebihi dari 0.195 maka dari itu hasil perhitungan responden di atas dinyatakan valid.

Realibilitas X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.484	10

Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagaimana dinyatakan oleh Ghozali (2018:46), yaitu jika koefisien Cronbach Alpha > 0,70 maka pertanyaan dinyatakan andal atau suatu konstruk maupun variabel dinyatakan reliabel. Sebaliknya, jika koefisien Cronbach Alpha < 0,70 maka pertanyaan dinyatakan tidak andal. Perhitungan reliabilitas formulasi Cronbach Alpha ini dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS 25.

Setelah penjelasan diatas dapat dihasilkan bahwa Reabilitas X kurang reliabel, karena reabilitasnya yaitu hanya 0,484 masih lumayan jauh untuk dinyatakan reliabel.

Realibilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.462	10

Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagaimana dinyatakan oleh Ghozali (2018:46), yaitu jika koefisien Cronbach Alpha > 0,70 maka pertanyaan dinyatakan andal atau suatu konstruk maupun variabel dinyatakan reliabel. Sebaliknya, jika koefisien Cronbach Alpha < 0,70 maka pertanyaan dinyatakan tidak andal. Perhitungan reliabilitas formulasi Cronbach Alpha ini dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS 25.

Setelah penjelasan diatas dapat dihasilkan bahwa Reabilitas X kurang reliabel, karena reabilitasnya yaitu hanya 0,462 masih lumayan jauh untuk dinyatakan reliabel.

Asumsi klasik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X	Y
N		100	100
Normal Parameters ^a	Mean	41.57	40.31
	Std. Deviation	2.928	3.345
Most Extreme Differences	Absolute	.136	.103
	Positive	.073	.098
	Negative	-.136	-.103
Kolmogorov-Smirnov Z		1.359	1.031
Asymp. Sig. (2-tailed)		.050	.238

a. Test distribution is Normal.

1. Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai X diatas yaitu 0,05 > 0,05 artinya data diatas dikatakan normal.
2. Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Y diatas yaitu 0,238 > 0,05 artinya data diatas dikatakan normal.

Regresi linier

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30.691	4.709		6.517	.000
	X	.231	.113	.203	2.047	.043

a. Dependent Variable: Y

1. Jika nilai signifikansi < 0,05 variabel X berpengaruh terhadap variabel Y
2. Jika nilai signifikansi > 0,05 variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y

Bisa dilihat dari gambar diatas bahwa signifikansi yang dimiliki adalah 0,043, maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y

Kolerasi

Correlations

		X	Y
X	Pearson Correlation	1	.203 [*]
	Sig. (2-tailed)		.043
	N	100	100
Y	Pearson Correlation	.203 [*]	1
	Sig. (2-tailed)	.043	
	N	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Jadi nilai kolerasi diatas dengan nilai signifikan $0,195 < 0,203$ maka tidak terdapat hubungan korelasi antar kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan

Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.203 ^a	.041	.031	3.292

a. Predictors: (Constant), X

Nilai R Square 0,041 bermakna bahwa kualitas pelayanan karyawan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 4,1% sedangkan sisanya 95,9% dipengaruhi faktor-faktor lain

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30.691	4.709		6.517	.000
	X	.231	.113	.203	2.047	.043

a. Dependent Variable: Y

$0,041 < 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

$2.047 > 0,0257$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

Pengaruh Variabel x Terhadap Variabel y

Persepsi kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan melalui responden karyawan dan pelanggan, menunjukkan bahwa hasil dari kualitas pelayanan karyawan mempunyai kategori baik, dari rumusan masalah yang telah diungkapkan pada bab sebelumnya, hal ini dapat dilihat pada hasil uji t diperoleh t-hitung sebesar 2,047 dengan tingkat probabilitas (sig) adalah 0,043. Jika dibandingkan pada t-tabel pada $\alpha = 0,05$ berarti t-hitung $>$ t tabel dan sig $<$ 0,05 ($2,047 >$ 1.664 dan $0,043 <$ 0,05). Hal ini berarti bahwa hipotesis yang diajukan oleh penulis diterima yaitu terdapat positif dan signifikan antara kualitas pelayanan karyawan (x) terhadap kepuasan pelanggan Café Senja Tari Kolot (y).

V. Penutup

Kesimpulan

1. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dari karyawan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Evaluasi yang dilakukan melalui tanggapan dari karyawan dan pelanggan menunjukkan bahwa mayoritas dari mereka memberikan penilaian baik terhadap kualitas pelayanan karyawan, yang menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Seorang karyawan yang memiliki visi yang jelas dan mampu membangun hubungan yang baik, mendengarkan kebutuhan serta kekhawatiran dengan penuh empati, sangat penting. Pengakuan terhadap usaha dan pencapaian karyawan melalui pujian, penghargaan formal, atau insentif materi juga dapat meningkatkan semangat. Memberikan tugas yang menantang serta kesempatan untuk belajar dan berkembang juga membantu karyawan merasa lebih terlibat. Lingkungan kerja yang mendukung dan menyenangkan, serta teladan dari manajemen dengan etos kerja yang baik, integritas, dan komitmen, juga berperan penting dalam meningkatkan motivasi dan produktivitas karyawan. Dengan menerapkan strategi-strategi ini secara efektif, karyawan dapat mencapai tujuan bersama dengan lebih baik.

Saran

1. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan karyawan dan kepuasan pelanggan di Cafe Senja Tari Kolot, langkah-langkah praktis dapat diterapkan. Ini termasuk memperkenalkan program penghargaan dan insentif untuk mengakui pencapaian staf.
2. Memberikan pelatihan dan pengembangan untuk meningkatkan keterampilan, serta melibatkan mereka dalam proses pengambilan keputusan. Dukungan terus-menerus melalui umpan balik dan evaluasi kinerja.
3. Bersama dengan pembangunan budaya kerja yang positif yang mendorong kolaborasi dan komunikasi terbuka, juga penting. Selain itu, memberikan pengakuan yang konsisten atas kontribusi staf, serta memperhatikan fleksibilitas dalam jadwal kerja dan keseimbangan kerja-hidup.

Daftar Pustaka

- MILLAH, Hayatul. Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2020, 6.2: 134-142.
- IBRAHIM, Malik; THAWIL, Sitti Marijam. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2019, 4.1: 175-182.
- NORMASARI, Selvy; KUMADJI, Srikandi; KUSUMAWATI, Andriani. "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan", citra perusahaan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 2013, 6.2.
- ASTI, Eka; AYUNINGTYAS, Eka. Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 2020, 1.01: 1-14.
- RAHAYU, Sri; WATI, Lela Nurlaela. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 2018, 8.2: 117-122.
- SURTI, Indah; ANGGRAENI, Fitria Nur. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 2020, 3.3: 261-270.

- MAULANA, Ade Syarif. Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 2016, 7.2: 78663.
- GOFUR, Abdul. Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2019, 4.1: 37-44.
- FIAZISYAH, Annisa; PURWIDIANI, Niken. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen